

Šifra zadatka: 091013	Naziv studijskog programa: Menadžment
1. Finansijska stabilnost je:	
a.	sposobnost preduzeća da odgovara na preuzete obaveze prema kreditorima i vlasnicima,
b.	usklađenost dugoročno vezanih sredstava i kratkoročno vezanih sredstava,
c.	usklađenost dugoročnih i kratkoročnih izvora,
d.	usklađenost dugoročno vezanih sredstava i dugoročnih izvora,
e.	usklađenost kratkoročno vezanih sredstava i dugoročnih izvora.
2. Konceptualni model sistema za podršku odlučivanju ima sledeće komponente:	
a.	podsystem za upravljanje podacima, podsystem za obradu podataka i za izveštavanje
b.	bazu podataka, OLAP server, korisnički interfejs, alate za administriranje
c.	podsystem za upravljanje podacima, podsystem za upravljanje modelima, korisnički interfejs
d.	bazu podataka, bazu znanja, mehanizam za zaključivanje, korisnički interfejs
e.	model podataka, bazu znanja, mehanizam za zaključivanje, korisnički interfejs
3. Standard ISO/IEC 12207- procesi životnog ciklusa softvera definiše sledeće vrste procesa:	
a.	primarne procese, procese podrške, organizacione procese
b.	složene procese, proste procese, mešovite procese
c.	fizičke procese, organizacione procese, virtualne procese
d.	processe izgradnje, processe korišćenja i processe održavanja softvera
e.	processe korišćenja, processe podrške, organizacione procese
4. Repozitorijum kod CASE alata predstavlja:	
a.	alat za grafičko predstavljanje objekata i njihovih veza
b.	ekspertni deo CASE alata koji analizira ulaze u dijagram i njihovu leksičku kompletnost
c.	aktivan rečnik podataka koji podržava definisanje različitih tipova objekata i njihovih veza
d.	aktivnu komponentu za proveru ispravnosti (konzistentnosti) dizajna
e.	aktivan rečnik podataka za proveru ispravnosti (konzistentnosti) dizajna
5. Koji elementi predstavljaju dimenzije organizacione strukture:	
a.	Podela rada, departmentalizacija, decentralizacija, koordinacija
b.	Specijalizacija, departmentalizacija, decentralizacija, hijerarhija
c.	Koordinacija, departmentalizacija, decentralizacija, hijerarhija
d.	Podela rada, departmentalizacija, decentralizacija, raspon kontrole
e.	Specijalizacija, raspon kontrole, decentralizacija, hijerarhija
6. Faktor finansijskog leveridža predstavlja:	
a.	odnos između procenta promene prihoda od prodaje i bruto rezultata,
b.	odnos između procenta promene zarade po akciji i bruto rezultata,
c.	odnos između procenta promene prihoda od prodaje i poslovnog rezultata,
d.	odnos između procenta promene zarade po akciji i poslovnog rezultata,
e.	odnos između procenta promene zarade po akciji i neto rezultata.
7. Interval poverenja je:	
a.	opseg vrednosti, izračunat iz uzorka, za koji se veruje, sa određenom verovatnoćom, da sadrži pravu vrednost parametra populacije
b.	opseg vrednosti, izračunat iz populacije, za koji se veruje, sa određenom verovatnoćom, da sadrži pravu vrednost parametra uzorka
c.	opseg vrednosti, izračunat iz uzorka, za koji se veruje, sa određenom verovatnoćom, da ne sadrži pravu vrednost parametra populacije
d.	opseg vrednosti parametara regresionog modela koji stoje uz nezavisne promenljive
e.	opseg vrednosti, izračunat iz populacije, za koji se veruje, sa određenom verovatnoćom, da ne sadrži pravu vrednost parametra uzorka
8. Porterov model konkurentskih sila je vezan za opis stanja konkurencije u određenoj grani i uključuje međuzavisnosti pet sila:	
a.	Broj konkurenata, pretinja ulaska novih konkurenata, pojava supstituta, pregovaračka snaga snabdevača i pregovaračka snaga posrednika.
b.	Pretinja ulaska novih konkurenata, pojava supstituta, snaga tržišnog lidera, pregovaračka

	snaga snabdevača i pregovaračka snaga kupaca.
c.	Starost grane, pretnja ulaska novih konkurenata, pojava supstituta, pregovaračka snaga snabdevača i intenzitet rivaliteta između konkurenata.
<input checked="" type="radio"/> d.	Intenzitet rivaliteta između konkurenata, pretnja ulaska novih konkurenata, pojava supstituta, pregovaračka snaga snabdevača i pregovaračka snaga kupaca.
e.	Broj konkurenata, pretnja ulaska novih konkurenata, pojava supstituta, pregovaračka snaga snabdevača i pregovaračka snaga tržišnih lidera.
9.	Analički hijerarhijski proces je:
a.	Utvrdjivanje vrednosti praga značajnosti
b.	Proces u višekriterijumskom odlučivanju za izdvajanje najvažnijeg kriterijuma
c.	Sveobuhvatna analiza relevantnih korisničkih kriterijuma
d.	Višefazni pristup omedavanja i graničenja podataka.
<input checked="" type="radio"/> e.	Pristup kojim se određuje relativna važnost korisničkih kriterijuma
10.	Koje vrste podataka treba da obuhvati poslovni informacioni sistem?
a.	podatke o kupcima, dobavljačima, proizvodima, finansijama
b.	isključivo proverene strukturirane podatke
<input checked="" type="radio"/> c.	kvantitativne i faktografske podatke, neformatizovani tekst, zvuk, sliku, film
d.	numeričke, alfabetske i tekstualne podatke
e.	kvantitativne, faktografske i tekstualne podatke
11.	Povratnica materijala sadrži podatke o:
a.	Nekvalitetnim materijalima i delovima.
<input checked="" type="radio"/> b.	Neiskorišćenim materijalima i delovima.
c.	Pogrešno trebovanim materijalima i delovima.
d.	Materijalima i delovima koje netreba fakturisati.
e.	Sve prethodno navedeno
12.	Stopa tehnološkog progressa izračunava se na osnovu:
a.	Delfi metode
b.	Pattern metode
<input checked="" type="radio"/> c.	Kob-Daglasove funkcije
d.	Funkcije troškova
e.	Transfera tehnologije
13.	Nešov ekvilibrijum predstavlja koncept rešenja igre:
a.	za koji važi da je dobitak jednog ili više igrača jednak ukupnom gubitku poraženih igrača
<input checked="" type="radio"/> b.	za koji važi da odstupanje bilo kog igrača od ravnotežne strategije ne može da dovede do poboljšanja njegovog položaja ako se ostali igrači pridržavaju svojih ravnotežnih strategija
c.	za koji važi da svi igrači mogu istovremeno da dobiju
d.	u situaciji kada između igrača nema komunikacije
e.	sa nepotpunom informacijom
14.	Preventivna mera je:
a.	mera za otklanjanje uzroka otkrivene neusaglašenosti ili druge neželjene situacije.
b.	mera za otklanjanje neusaglašenosti ili druge neželjene moguće situacije.
<input checked="" type="radio"/> c.	mera za otklanjanje uzroka moguće neusaglašenosti ili druge neželjene moguće situacije.
d.	mera za otklanjanje uzroka otkrivene neusaglašenosti koju utvrđuje kontrola kvaliteta
e.	mera za dostizanje i unapređenje efektivnosti i efikasnosti procesa
15.	Nivo obaveštenosti i upoznatosti šire društvene zajednice sa aktivnostima i licima vezanim za konkretnu organizaciju, a koji može rezultirati njenim pozitivnim ili negativnim ugledom, naziva se:
a.	korporativni imidž
<input checked="" type="radio"/> b.	korporativni publicitet
c.	korporativni odnosi s javnošću
d.	poslovna komunikacija
e.	korporativni identitet

16.	Zahtev da se primljeni tuđi kapital ne sme koristiti vremenski nepovoljnije nego što je dobijen predstavlja:
a.	zlatno bilansno pravilo u užem smislu,
b.	zlatno bankarsko pravilo u širem smislu,
<input checked="" type="radio"/> c.	zlatno bankarsko pravilo,
d.	zlatno bilansno pravilo,
e.	zlatno bilansno pravilo u širem smislu.
17.	Postupak raslojavanja tržišta sa namerom da se stvore međusobno različite homogene grupe kupaca/potrošača, a prema izvesnim zajedničkim osobinama, naziva se:
a.	tipologija tržišta
b.	realitivno tržišno učešće
c.	penetracija tržišta
<input checked="" type="radio"/> d.	segmentacija tržišta
e.	marketinška strategija
18.	Organizacione promene koje su rezultat sporovođenja reinženjeringa dovode do primene:
<input checked="" type="radio"/> a.	Procesnih timova,
b.	Lančanog pristupa,
c.	Sistemske analize i sinteze,
d.	Treninga na radnom mestu,
e.	Hijerarhijskih lanaca
19.	Model elektronskog poslovanja koji omogućava proizvođačima online prodaju naziva se:
a.	mobilno poslovanje
<input checked="" type="radio"/> b.	storefront model
c.	B2C
d.	portal model
e.	e-trgovina
20.	Model «technology push» zasniva se na sledećem odnosu:
a.	Strategija – Istraživanje i razvoj (IR) – Proizvodnja – Marketing – Kupac
<input checked="" type="radio"/> b.	IR – Proizvodnja – Marketing – Kupac
c.	Marketing/Tržište – IR – Proizvodnja – Kupac
d.	Proizvodnja – Marketing – IR – Kupac
e.	Proizvodnja – IR – Kupac – Strategija
21.	Kontrola kao podproces upravljanja se zasniva na principu _____, po kome je izlazne rezultate potrebno meriti i porediti sa ulaznim, odnosno planiranim rezultatima, ili sa unapred utvrđenim kriterijumima.
<input checked="" type="radio"/> a.	povratne veze
b.	organizacione usklađenosti
c.	ocene stanja
d.	ciljnih veličina
e.	regulatornih odstupanja.
22.	Razlika ostvarena prodajom nekog finansijskog instrumenta po višoj prodajnoj ceni od njegove kupovne cene se naziva:
a.	realizovani bruto dobitak,
b.	ažio,
c.	bruto kapitalni dobitak,
d.	neto kapitalni dobitak,
<input checked="" type="radio"/> e.	realizovani kapitalni dobitak.
23.	Strategija preduzeća se definiše kao:
a.	planska odluka o načinima uticaja na okolinu u kojoj egzistira i kojoj se prilagođava preduzeće
b.	izbor područja poslovne delatnosti preduzeća
c.	primarno sredstvo pomoću koga se upravlja preduzećem

d.	alokacija resursa preduzeća radi kreiranja konkurentske prednosti
<input checked="" type="radio"/> e.	skup pravila odlučivanja i vodič koji vodi preduzeće u budućnost radi dostizanja budućih ciljeva preduzeća.
24.	Društvena ocena investicije je:
a.	analiza uticaja projekta na ciljeve društva
b.	ocena efikasnosti ulaganja u projekte značajne za društvo u celini
c.	ocena finansijskih efekata koje projekat donosi društvu
d.	proračun relevantnih društvenih neto efekata.
<input checked="" type="radio"/> e.	utvrđivanje i merenje efekata koje investicioni projekat donosi zemlji u celini
25.	Faktore politike cena čine:
a.	tražnja, ponuda, cenovna elastičnost, konkurencija i profit
b.	tražnja, ponuda, profit, troškovi, mere fiskalne politike
<input checked="" type="radio"/> c.	tražnja, ponuda, konkurencija, troškovi, mere ekonomske politike
d.	tražnja, ponuda, cenovna elastičnost, konkurencija, mere industrijske politike
e.	tražnja, ponuda, profit, troškovi, mere fiskalne politike.
26.	Transakcioni troškovi su vezani za aktivnosti:
a.	Kupoprodaje,
b.	Razmene dobara i usluga,
<input checked="" type="radio"/> c.	Prelaska granica organizacionog sistema ili nekog njegovog dela,
d.	Prelaska robe ili poluproizvoda iz jednog u drugi profitni centar,
e.	Troškovi usluga sklapanja ugovora.
27.	Indeks globalnog apsentizma se izražava kao prosečan broj izostanaka:
<input checked="" type="radio"/> a.	na hiljadu zaposlenih u toku određenog vremenskog perioda
b.	po jednom zaposlenom u toku određenog vremenskog perioda
c.	na hiljadu zaposlenih u toku jednog radnog dana
d.	na hiljadu zaposlenih u toku godine računat na nacionalnom nivou
e.	na sto zaposlenih u toku jedne radne nedelje
28.	Biznis plan se piše radi detaljnog i realnog sagledavanja: 1) ciljeva, 2) aktivnosti i 3) poslovnog poduhvata.
a.	potreba za resursima
<input checked="" type="radio"/> b.	potencijala
c.	materijalnog izlaza
d.	učesnika
e.	finansijskog izlaza
29.	Poslovno pravo je grana prava i:
a.	skup pravnih normi kojima se regulišu poslovni odnosi koji nastaju između raznih subjekata
<input checked="" type="radio"/> b.	skup pravnih normi, institucija i principa kojima se regulišu poslovni odnosi koji nastaju između raznih subjekata
c.	skup pravnih pravila i normi kojima se regulišu poslovni odnosi koji nastaju između raznih subjekata
d.	skup pravnih i etičkih normi i principa kojima se regulišu poslovni odnosi koji nastaju između raznih subjekata
e.	skup pravnih normi i institucija kojima se regulišu poslovni odnosi koji nastaju između raznih subjekata
30.	Zadaci informacionog sistema za CRM (Customer Relationship Management) su:
a.	prikupljanje podataka o kupcima i praćenje realizacije
b.	pružanje informacija kupcima o proizvodima i uslugama
c.	prikupljanje podataka o tržištima za nove proizvode
d.	evidentiranje reklamacija i spornih potraživanja od kupaca
<input checked="" type="radio"/> e.	prikupljanje informacija o klijentima, njihova analiza, razmena i praćenje